

## Wie steigert Crossborder die Remarketing-Performance?



Robin Krouminsky

B2B-Vertriebsleiter – Frankreich

**Der Gebrauchtwagenmarkt befindet sich in einer Phase großer Turbulenzen: zunehmende Spannungen, instabile Preise und sich ständig ändernde politische Rahmenbedingungen prägen ihn. Einerseits erschwert die rasante Elektrifizierung der Fahrzeugflotten, die oft durch künstlich hohe Restwerte begünstigt wird, die Aufnahme von Inzahlungnahmen. Andererseits sinkt die Beliebtheit bestimmter Motortypen, wie beispielsweise Dieselmotoren, rapide.**

**Das Ergebnis: Märkte, die zeitweise mit Produkten überschwemmt werden, die Rentabilität steht unter Druck und das Remarketing ist strategischer denn je.**

### Remarketing-Strategien sind weiterhin auf nationale Grenzen beschränkt

Obwohl sich die Strategien für Handel, Marketing und Produktentwicklung auf europäischer Ebene seit Beginn der Pandemie weitgehend angeglichen haben, ist das Remarketing paradoxerweise einer der letzten Bereiche, der noch immer strikt auf nationaler Ebene gesteuert wird.

In den letzten Jahren haben die Hersteller jedoch die Zentralisierung verstärkt: Dazu gehören europäische Steuerungssysteme, gemeinsame Tools, standardisierte Prozesse und die Bündelung von Methoden. Diese Fortschritte haben eine größere operative Kohärenz und spürbare Skaleneffekte ermöglicht.

Allerdings ist das UC-Flow-Management in den meisten Organisationen durch die Grenzen und historischen Rahmenbedingungen des NSC eingeschränkt.

Die Gründe sind nicht immer offensichtlich, aber es gibt mehrere Hindernisse aus der Vergangenheit, die die Überwindung von Silos weiterhin behindern:

- **Die Netzwerke befürchten, dass die Öffnung der Grenzen das lokale Gleichgewicht der Warenströme stören und bestimmte Märkte schwächen wird.**
- **Unterschiede in der Ausstattung zwischen den Märkten werden als Hindernis wahrgenommen, da befürchtet wird, dass sie die Homologation erschweren oder den Wiederverkaufswert mindern könnten.**

In der Praxis führen diese Beschränkungen dazu, dass die Wiedervermarktung innerhalb eines geschlossenen Marktraumens stattfindet, während sich gleichzeitig parallele Handelsströme entwickeln können. Wenn NSCs (National Service Centers) zu viele Fahrzeuge in einem Markt halten, der diese nicht aufnehmen kann, werden diese Fahrzeuge häufig über unabhängige Kanäle exportiert, jedoch außerhalb der Kontrolle des Herstellers.

Dieses Phänomen erzeugt Instabilität, schwächt die Kontrolle über Werte und verdeutlicht genau, warum ein strukturierter grenzüberschreitender Ansatz heute unerlässlich ist.

### Die europäische Harmonisierung führt zu unerwarteten Ungleichgewichten.



## Grenzüberschreitende Möglichkeiten sind heute unerlässlich.

Das beste Preis-Leistungs-Verhältnis für ein französisches Fahrzeug mit Verbrennungsmotor findet man daher nicht mehr systematisch in Frankreich: Es verlagert sich nun auf andere europäische Märkte, insbesondere nach Südeuropa. Die Berücksichtigung und Integration dieser neuen Attraktivitätsströme ist unerlässlich, um den Wert von Fahrzeugen bei Inzahlungnahmegeschäften zu optimieren.



Genau das haben wir auch bei einem unserer Premiumhersteller beobachtet. Er stellte deutliche Leistungsunterschiede zwischen seinen verschiedenen NSCs (Nicht-Standard-Batterien) bei mehreren Verbrennungsmotormodellen fest. Mithilfe unserer Daten konnte er diese Diskrepanzen quantifizieren: Beispielsweise erzielten einige Märkte sehr hohe Bewertungen für Modelle, die andernorts nur schwer Abnehmer fanden.

Wir haben ihnen daher geholfen, Tools einzurichten, die internationale Preisdaten in Echtzeit integrieren, gewichtet nach den für jeden Markt spezifischen Logistik- und Zolllkosten.

Diese Analyse verdeutlichte eine zentrale Erkenntnis: Die Chancen überschneiden sich. Anders ausgedrückt: Kein einzelner Markt konnte alle seine eigenen Ströme aufnehmen, aber jeder bot Chancen für Modelle, die in einer anderen NSC Schwierigkeiten hatten. Dies bedeutete, dass Risiken innerhalb des Netzwerks gleichmäßiger verteilt werden konnten.

Durch die Einführung dieses neuen grenzüberschreitenden Ansatzes konnte der Hersteller die Kontrolle über seine Exportströme zurückgewinnen und gleichzeitig die Margen durch Echtzeit-Chancenerkennung und ein deutlich agileres Remarketing-Management maximieren. Das Unternehmen hat daraufhin seine Abläufe optimiert, Lieferzeiten verkürzt und die Preisgenauigkeit verbessert. Dadurch profitieren nun über 200 Netzwerkpartner von einem schnelleren, datengestützten Remarketing-Prozess, der perfekt auf die Premium-Positionierung der Marke abgestimmt ist.



## Grenzüberschreitendes Remarketing ist kein Risiko mehr, sondern eine Lösung

Mehr erfahren



**Robin Krouminsky**  
B2B-Vertriebsleiter  
Frankreich



corporate.autobiz.com

In einem volatilen Markt bedeutet die Nichtberücksichtigung grenzüberschreitender Gebrauchtwagenströme, dass Chancen verpasst und Inzahlungnahmerisiken dort konzentriert werden, wo die Märkte sie nicht mehr auffangen können. Im Gegensatz dazu ermöglicht eine strukturierte, auf verlässlichen Daten basierende grenzüberschreitende Strategie Unternehmen, Bewertungsunterschiede zwischen Ländern zu nutzen, Absatzmengen auszugleichen und die Rentabilität zu steigern.

Die Umsetzung erfordert Unterstützung und Kompetenzentwicklung für die lokalen Teams, aber der Nutzen ist klar und zweifach: die Rückgewinnung der Kontrolle über das Remarketing und die Umwandlung der Marktvolatilität in einen Wettbewerbsvorteil.